



常州市钟楼区全域旅游示范区 智慧旅游服务项目

合 同

书



甲方：常州市钟楼区文化体育和旅游局

乙方：江苏移动信息系统集成有限公司



常州市钟楼区全域旅游示范区智慧旅游服务项目合同书

委托单位（甲方）：常州市钟楼区文化体育和旅游局

服务单位（乙方）：江苏移动信息系统集成有限公司

采购代理机构：常州青枫招标有限公司

项目编号：QFCJC-2021025

根据常州市钟楼区全域旅游示范区智慧旅游服务项目的采购结果，甲、乙双方就乙方所中标的，本着平等互利的原则，通过共同协商，依据《中华人民共和国民法典》及有关法律法规，就相关事宜达成如下合同。

一、项目概况

1、项目名称：常州市钟楼区全域旅游示范区智慧旅游服务项目

2、项目内容：本项目是常州市钟楼区全域旅游示范区智慧旅游服务项目，包括但不限于旅游示范区内智慧设施的设计、建设及安装；智慧服务系统含导游导览、个性化服务的设计、制作及维护；运营监测中心含大数据中心、展示平台、功能完善、上下联通及数据应用的设计、制作及维护等服务内容。

3、项目地点：常州市钟楼区

二、合同文件

下列文件是构成合同不可分割的部分，并与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

- (1) 中标（成交）通知书；
- (2) 乙方的响应文件；
- (3) 乙方在招投标过程中所作的其它承诺、声明、书面澄清等；
- (4) 采购文件及其附件；
- (5) 合同附件。

以上文件与本合同具有同等法律效力。

三、服务内容

智慧旅游信息化建设系统总体架构应分为体制机制、智慧旅游、服务质量、市场管理、投诉处理、安全制度、风险管控、营销方式、创新示范。根据以上九个方面的内容，对常州市钟楼区全域旅游示范区智慧旅游服务项目监管端和客户端进行设计、制作、安装及后期维护。服务实施内容（包括但不限于以下内容）：

（一）体制机制

1、建立、健全社会综合治理体系，主要包括建立社区、居民、游客参与旅游发展和监管的渠道或平台，并形成常态化的参与机制，效果良好。

2、建立统计制度，健全现代旅游统计制度与统计体系保证渠道畅通，数据完整，报送及时。主要包括建立科学反映全域旅游发展水平的旅游指标体系，有利于政府决策、旅游工作考核和游客合理出行。充分运用大数据技术、移动技术和网络技术，使得统计信息化程度高、数据收集渠道畅通、数据质量高、报送及时。

（二）智慧设施的设计、建设及安装

主要目标是提升旅游信息化基础设施建设，扩大无线网络覆盖范围。

在青枫公园、常州古运河南大街文化旅游区等游客集中场所，重点包括旅游集散中心、旅游景区、主要乡村旅游区（点）、城市游憩街区、城市重要公共文化活动场所等范围实现



免费 Wi-Fi 无线数字信号全覆盖、通信信号、视频监控覆盖，且信号畅通。利用无线终端或无线技术向游客提供信息获取服务，全面提升旅游区域的特色内涵和旅游服务水平。为保证无线网络的信号效果，实施单位需协调相关运营商完善服务区域的无线信号覆盖及日常的通信保障工作。

（三）智慧服务系统的设计、制作

智慧服务是指通过移动终端（如手机、Pad 等智能设备）根据当前所在位置，实时获取相应景点的信息介绍等，并具有多媒体导览、地图定位、实时在线的内容获取、信息推送等功能，为不同需求的游客提供个性化服务，让游客真正享受到自主和专业的导游服务。

建立集多源信息为一体的综合旅游信息服务平台，建立智能化旅游服务系统。

1、导游、导览

1.1 实现 4A 级以上旅游景区的智能导游、电子讲解、语音讲解、实时信息推送，在线预订、自助购票、网上支付等服务。游客集散中心、主要乡村旅游点或民宿须提供在线预订、网上支付等服务内容。

1、个性化服务

2.1 有专门针对自助旅游者实时化、个性化、专业化、定制化的智能服务系统和增值服务开发，运用网站、微博、微信、小程序或应用程序（APP）等媒介提供个性订制信息服务。

2.2 有针对自助旅游者的咨询、智慧导览、导游、导航、路径规划、分享评价、游览攻略、实时信息推送等智能化旅游服务。

（四）智慧旅游运营监测中心的建设与运营

1、大数据中心

建立智慧钟楼旅游大数据中心，具有交通、气象、治安、客流信息等全数信息采集，同时对接主要景区、乡村旅游点的客流数据。设有专人负责数据采集与运维工作。

交通：对接主要路况监控信息、旅游车辆运行数据、公交站点监控数据等；

气象：实时对接气象天气预报+天气预警数据等；

环保：时对接环保环境监测数据；

治安：对接城管全市范围内公共厕所基本信息、停车场、自行车、助力车停放点位基本信息、空余车位数据；

客流人文文化：对接商业娱乐场所、景区、宾馆（民宿）、餐饮、线路、活动、红色游等数据及餐饮点信息。

2、展示平台

建立全域旅游监测指挥平台和专门展示中心，区域内旅游监测系统，综合展现区域内所有业务系统的常态与非常态监测结果、预警报警与事件处理过程、关键指标与统计分析。系统可以使高级管理者快速直观了解所有业务的运行概况，及时发现问题督促解决问题。

3、功能完善

具有行业监管、产业数据统计分析、应急指挥执法平台、舆情监测、视频监控、旅游项目管理和营销系统等功能。



3.1 行业监管：建设文体旅行业管理平台、文体旅项目管理系统、企业信用管理系统、信息填报系统、统一报表系统、执法管理系统、体育赛事及人员管理系统、旅行社电子合同管理系统、网络舆情监管系统、营销监管系统、行业安全监管系统。

3.2 产业数据分析：建设钟楼区旅游综合管理平台、文化产业监测系统、体育产业监测系统、旅游产业监测系统、产业分析系统。

3.3 应急指挥执法平台：完成区域内一体化应急管控平台内容的建设，包括一张图综合管控、应急调度管理和接入系统综合管理内容的建设。

3.4 舆情监测：通过定时定向采集新闻、论坛、贴吧、问答、电子报、视频、博客、微博等保证重要信息优先采集不丢失，通过向主流搜索引擎进行搜索补充，保证了信息收集的全面性。

3.5 视频监控：通过完善监控系统，将区域内的监控探头进行数据整合。通过系统创新性地实现了视频监控与指挥中心的整合联动，能够灵活有效的对远程设备进行管理。通过对远程监控对象的录制、回放、联动报警、监控策略制定、应急指挥等应用，达到监控与通讯的双重功能。

3.6 旅游项目管理系统：建立平台旅游项目管理系统，建立实时监测区域内各旅游项目数据，便于分类、分区域、分权限管理。

3.7 建立营销系统：通过完成旅游大数据分析、市场运营分析、节日活动专题分析内容建设，建立营销系统向用户推荐实时、有效和专业的信息。

4、上下联通

有与省、市连接的旅游服务线上“总入口”连接，并实现省、市、县互联互通。

5、数据应用

在景区监测、预警、疏导、旅游交通精准信息服务等方面至少有 2 项突破。

(五) 服务质量

1、制订符合本地实际的城市旅游和乡村旅游服务地方标准或规范。主要包括制订《钟楼区智慧旅游服务要求》。

2、提供优质旅游服务商目录，且游客能够方便获取。主要包括评选钟楼区优质旅游服务商，制作成册，投放在重要景区及旅游集散中心等区域；优质服务商目录可以通过创建单位门户网站和其他主要旅行网站方便获取。主要目标是推出优质旅游服务品牌，提高游客满意度。

(六) 市场管理

建立信用管理，体现在建立旅游领域社会信用体系，制定旅游市场主体“红黑榜”制度。

(七) 投诉处理

提供线上投诉，主要包括线上旅游投诉受理机制，保证投诉渠道畅通；拥有 12301 智慧旅游服务平台，微信小程序、智慧平台具备投诉举报等手段，旅游投诉举报渠道健全畅通有效，投诉处理制度健全，处理规范公正，反馈及时有效。



（八）安全制度

应急预案，有旅游安全风险提示制度。主要包括景点景区最大承载量警示，建立旅游安全风险提示制度。

（九）风险管控

风险管控主要包括有广播、新媒体、手机短信、手机小程序等多种信息预警发布渠道。

（十）营销方式

建立多渠道营销方式，有效运用网络营销、公众营销、节庆营销等多种方式进行品牌营销。主要包括鼓励验收区域采用包括高层营销、网络营销、公众营销、节庆营销等在内的多种方式进行目的地营销宣传和推广。要求供应商至少有两种营销方式取得了突出效果，对目的地品牌宣传和推广发挥了重要作用。利用智慧平台等多种创新性方式进行宣传，进行精准营销。

（十一）创新示范

1、旅游咨询服务创新，专门为远程旅游者提供有旅游攻略服务，在智慧平台能够获得创建单位的综合性或专业化旅游攻略分享。

2、智慧服务创新，采用智慧化手段为游客和旅游企业提供互动交流、互动娱乐等个性化服务。

（十二）其他要求

1、乙方须遵守以上服务实施内容，可以建议提高标准，但是项目总价不做变化。

2、乙方须在规定时间内完成所有采购产品到甲方指定地点的供货、安装服务、投入运行及系统的设计、制作、检验。乙方应确保其技术建议以及所提供的产品的完整性、实用性，保证全部系统及时投入正常运行。若出现因乙方提供的产品不满足要求、不合理，或者其所提供的技术支持和服务不全面，而导致系统无法实现或不能完全实现的情况，乙方负全部责任。

3、考核要求：乙方的设计及系统需通过《国家全域旅游示范区验收标准》中对信息化建设的考核要求。每扣一分，扣除服务费 2000 元。（验收标准及考核办法详见下表）

四、后期服务及培训要求

1、本项目设备质量保证期两年，在质保期内，如果设备发生故障，乙方要及时响应，免费上门调查故障原因并修复直至满足最终验收指标和性能的要求。乙方应承诺提供 7×24 小时电话及 15 分钟内响应服务，并在用户需要时 2 小时内到现场，4 小时内解决问题，否则立即提供备品备件。

2、系统运营维护期三年，系统验收合格后乙方需提供不少于三年的免费运行维护、升级等现场技术服务。运维内容主要包括：改正性维护，即在软件使用过程中识别和纠正软件错误，改正软件性能缺陷；适应性开发服务，即当软件外部环境或数据环境发生变化，修改软件以适应变化。

3、乙方为甲方提供全面的技术支持，帮助用户及时解决设备运行中遇到的技术问题；



定期上门检查设备的运行情况，并能根据用户系统变化情况及时调整优化。

附：《验收标准及考核办法》

类别	序号	内容	评分标准	考核内容	分值	检查依据
1.体制机制 (11分)	1.3.2	社会综合治理体系	健全社会综合治理体系。	建立社区、居民、游客参与旅游发展和监管的渠道或平台，并形成常态化的参与机制，效果良好。(5分)	5	文档检查
	1.4	统计制度	健全现代旅游统计制度与统计体系，渠道畅通，数据完整，报送及时。	建立科学反映全域旅游发展水平的旅游指标体系，有利于政府决策、旅游工作考核和游客合理出行。充分运用大数据技术、移动技术和网络技术，统计信息化程度高(3分)；数据收集渠道畅通、数据质量高、报送及时(3分)	6	文档检查
3.10 智慧旅游 (35分)	3.10.1	智慧设施	游客集中场所实现免费 Wi-Fi、通信信号畅通、视频监控全覆盖。	主要目标是提升旅游信息化基础设施建设，扩大无线网络覆盖范围。 在青枫公园、常州古运河南大街文化旅游区等游客集中场所，重点包括旅游集散中心、旅游景区、主要乡村旅游区(点)、城市游憩街区、城市重要公共文化场所等范围实现免费 Wi-Fi 无线数字信号全覆盖、通信信号、视频监控覆盖，且信号畅通。 每发现 1 处不达标扣 1 分，最多扣 12 分。	12	现场检查及文档检查
	3.10.2	智慧服务			13	
	3.10.2.1	导游导览	国家 4A 级以上旅游景区须提供智能导游、电子讲解、实时信息推送、在线预订、网上支付等服务；主要乡村旅游点或民宿须提供在线预订、网上支付等服务。	1、4A 及以上景区：应借助微信、官网、触摸屏等终端为游客提供智能导游、电子讲解、实时信息推送等服务，同时建立电子商务平台，实现在线预订与网上支付功能； 2、乡村旅游点：应建有电子商务平台，并能实现网上支付功能。 每发现 1 处不达标扣 1 分，最多扣 6 分。	6	现场检查及文档检查
3.10.2.1	个性化服务	有针对自助旅游者的咨询、导览、导游、导航、分享评价、实时信息推送等智能化旅游服务系统。	1、有专门针对自助旅游者实时化、个性化、专业化、定制化的智能服务系统和增值服务开发，运用网站、微博、微信或应用程序(APP)等媒介提供个性订制信息服务。	7	现场检查及文档检查	



				2、有针对自助旅游者的咨询、导览、导游、导航、分享评价、实时信息推送等智能化旅游服务。 每缺少1项扣1分，最多扣7分。		
	3.10.3	运营监测中心			10	
	3.10.3.1	大数据中心	建立旅游大数据中心，具有交通、气象、治安、客流信息等全数据信息采集功能，有专人负责数据采集与运维工作。	建立智慧钟楼旅游大数据中心，具有交通、气象、治安、客流信息等全数据信息采集功能。 功能不全扣1分，没有专人负责数据采集与运维工作的扣1分，两者最多扣2分。	2	现场检查及文档检查
	3.10.3.1	展示平台	建立全域旅游监测指挥平台和专门展示中心。	建立全域旅游监测指挥平台和专门展示中心。 每缺少1项扣1分，最多扣2分。	2	现场检查及文档检查
	3.10.3.1	功能完善	具有行业监管、产业数据统计分析、应急指挥执法平台、舆情监测、视频监控、旅游项目管理和营销系统等功能。	具有行业监管、产业数据统计分析、应急指挥执法平台、舆情监测、视频监控查看、旅游项目管理和精准营销等功能的运营监测中心，实现全域旅游行业综合监管。 每缺少1项扣1分，最多扣2分。	2	现场检查及文档检查
	3.10.3.1	上下联通	有与省、市连接的旅游服务线上“总入口”，并实现省、市、县互联互通。	有与省、市连接的旅游服务线上“总入口”，并实现与省、市、县互联互通。每发现1项不符合条件扣1分，最多扣2分。	2	现场检查及文档检查
	3.10.3.1	数据应用	在景区集疏运监测预警或旅游交通精准信息服务等方面至少有2项突破。	在景区集疏运监测预警或旅游交通精准信息服务等方面至少有2项突破。 每缺少1项突破扣1分，最多扣2分。	2	现场检查及文档检查
5.1 服务质量 (5分)	5.1.1	标准完善	制订符合本地实际的城市旅游和乡村旅游服务地方标准或规范。	制订《钟楼区智慧旅游服务要求》 每制订1项得1分	1	文档检查
	5.1.5	优质服务商目录	有优质旅游服务商目录，且游客能够方便获取。	评选钟楼区优质旅游服务商，制作成册，投放在重要景区及旅游集散中心等区域。 主要目标是推出优质旅游服务品牌，提高游客满意度。 有优质旅游服务商目录，且游客能够方便获取的最高得4分。 优质服务商目录可以通过创建单位门户网站和其他主要旅行网站方便获取。最高得4分。	4	文档检查
5.2 市场管理 (6分)	5.2.3	信用管理	建立旅游领域社会信用体系，制定有旅游市场主体“红黑榜”制度。	制定旅游市场主体“红黑榜”制度，最高得6分。	6	文档检查



5.3 投诉处理 (7分)	5.3.1	线上投诉	有 12301 智慧旅游服务平台、12345 政府服务热线以及手机 APP、微信公众号、热线电话等投诉举报手段。	重点考察是否有线上旅游投诉受理机制，保证投诉渠道畅通。拥有 12301 智慧旅游服务平台，手机 APP、小程序、智慧平台具备投诉举报等手段，旅游投诉举报渠道健全畅通有效，投诉处理制度健全，处理规范公正，反馈及时有效。（提供处理材料）。发现智慧平台投诉渠道不畅扣 1 分。	1	文档检查
	5.3.4	反馈及时有效	一般性投诉当日反馈结果得 6 分；3 日内反馈结果得 3 分；超过 3 日不得分。最高得 6 分。	主要目标是建立高效的投诉反馈机制。所有投诉要求当日反馈。一般性投诉当日反馈结果得 6 分；3 日内反馈结果得 3 分；超过 3 日不得分。	6	文档检查
5.6 安全制度 (2分)	5.6.1	应急预案	有旅游安全风险提示制度。	景点景区最大承载量警示，建立旅游安全风险提示制度得 2 分。	2	文档检查
5.7 风险管控 (2分)	5.7.1	风险管控	有广播、新媒体、手机短信等多种信息预警发布渠道。	有智慧平台信息预警发布渠道。有 1 种渠道得 2 分。	2	文档检查
7.4 营销方式 (4分)	7.4.1	多渠道营销	有效运用网络营销、公众营销、节庆营销等多种方式进行品牌营销。	鼓励验收区域采用包括高层营销、网络营销、公众营销、节庆营销等在内的多种方式进行目的地营销宣传和推广。要求至少有两种营销方式取得了突出效果，对目的地品牌宣传和推广发挥了重要作用。利用智慧平台等多种创新性方式进行宣传，进行精准营销。（相关说明材料） 根据营销效果和渠道发挥的作用对该项目进行分数评定。智慧平台营销方式对目的地品牌推广发挥了关键作用，并形成较大影响，得 2 分。现场检查发现营销渠道效果不好，酌情扣分。	2	现场检查及文档检查
	7.4.2	创新营销	利用多种新媒体方式进行创新性的品牌营销，每一种得 2 分，最高得 4 分。现场检查发现营销方式效果不好、创新性不足的，酌情扣分。	鼓励验收区域利用互联网技术，采用智慧平台等多种手段进行创新性目的地营销。利用智慧平台等多种创新性方式进行宣传，并进行精准营销。创新营销方式取得了突出效果，对目的地品牌营销和推广发挥了重要作用。 根据营销效果和渠道发挥的作用	2	现场检查及文档检查



				对该项目进行分数评定。 创新性营销方式对目的地品牌推广发挥了关键作用，并形成较大影响，得2分。现场检查发现营销渠道效果不好，酌情扣分。		
8 创新示范 (18分)	8.4.3	旅游咨询服务创新	专门为远程旅游者提供旅游攻略服务。	专门为远程旅游者提供有旅游攻略服务，在智慧平台能够获得创建单位的综合性或专业化旅游攻略分享最高加8分。 网络检查发现创新程度和攻略内容不够完善的则酌情扣分。	8	文档检查
	8.5.1	智慧服务创新	采用智慧化手段为游客和旅游企业提供个性化服务的。	采用智慧化手段为游客和旅游企业提供个性化服务的最高加10分。 现场检查发现创新程度不高和服务品质不好则酌情扣分。	10	现场检查及文档检查
合计					90	

五、合同期限

委托期限：自合同签约起90天（日历天）。

六、合同价款及付款

1、本项目合同价款总金额为人民币贰拾玖万伍仟元整（¥295,000.00）。

2、付款方式

2.1 合同签订后支付合同价的10%；

2.2 乙方应于项目结束后一个月内按要求开具发票，凭票向甲方申请付款，甲方收到发票后付至合同金额的80%。因乙方未及时提供发票或所提供发票金额等信息不正确导致相应后果的，甲方不承担任何责任；

2.3 余款在省相关部门验收合格后一次性付清。

七、双方义务

1、乙方应按照采购文件要求及甲方实际相关合理要求的内容提供相关服务。

2、乙方在服务过程中，乙方有义务和甲方就服务方案，实施计划等和甲方充分进行沟通，并积极听取甲方的意见。

3、甲方有义务按本协议第六条约定的内容按时付款。

4、在项目实施期间，甲方应提供做好配合工作。对于甲方未按乙方要求予以必要的配合，由此给项目和服务造成的不利影响和后果，乙方不承担任何责任。

5、甲乙双方应对在本协议履行过程中了解到的对方的保密信息履行保密义务，（包括但不限于：商业秘密，技术资料，以及一切在向对方披露时指明需保密或以行业通用标准被认为是需要保密的信息和资料）。

八、合同的生效、解除和变更

1、本合同一经协商，甲乙双方签字（盖章）且经采购代理机构备案后生效，本合同一式伍份，甲方执贰份、乙执贰份，采购代理机构执壹份。

2、一方要求变更或解除合同时，应当提前二十日通知对方，因解除合同使另一方遭受损失的，除依法可以免除责任的外，应由责任方负责赔偿。变更或解除合同的通知或协议必须采取书面形式，协议未达成之前，原合同仍然有效。

九、违约责任



1、除不可抗力外，乙方没有正当理由，未按照本协议及相关附件的规定提供服务，甲方有权按每天1%向乙方收取违约金，赔偿总额不超过项目合同总金额。触及法律的，还应承担相应的法律责任。但由于甲方延期付款而造成项目中止或延期交付，乙方不承担任何违约责任。

2、除不可抗力外，以及甲方没有正当理由，未按照本协议规定支付服务费用，乙方有权按每天1%向甲方收取延期支付部分的滞纳金，赔偿总额不超过项目合同总金额。但由于乙方未按要求提供服务而造成甲方延期付款，甲方不需承担任何违约责任。

3、本条所述“不可抗力”是指不可预见、不能克服及不能避免的事件，包括战争、严重火灾、洪水、地震等。

十、合同纠纷的解决

- 1. 甲乙双方若发生合同纠纷，应本着互谅互让、互相尊重、和平友好的原则协商解决。
- 2. 本合同履约地为常州，若双方不能通过协商达成协议，可依据《中华人民共和国民事诉讼法》和《中华人民共和国民法典》的有关规定，向有管辖权的人民法院起诉。
- 3. 如果有附件，附件也是本合同不可缺少之组成部分，具有同等法律效力。

十一、免责条款

本合同因不可抗力而无法履行时，双方按国家有关法律规定的处理。

十二、补充事项

- 1. 未经过对方的书面同意，乙方不得转让其应履行的合同项下的义务，并将部分合同项下的义务分包给其他单位完成。
- 2. 项目人员在甲方单位处工作时，应遵守甲方单位相关规章、制度。
- 3. 任何由乙方依据本合同提交的文件，甲方享有所有权。乙方未取得甲方的同意，不得以任何形式使用上述文件。但乙方保留在提供服务时曾使用的概念、经验、工具、技术的使用权。
- 4. 乙方应保证甲方在合同履行期限内不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权或其他权利的起诉。一旦出现侵权，乙方应承担全部责任。
- 5. 本合同未尽事宜，可由甲乙双方商定，并签署书面补充协议。

十三、其他

- 1. 常州青枫招标有限公司为采购代理机构，根据甲方的授权代其采购确定乙方为成交单位，但不承担本合同规定的双方的权利和义务。
- 2. 其他未尽事宜由甲、乙双方友好协商，协同解决。

甲方：
 单位名称（章）：
 法定代表人：
 经办人：
 签订时间：2021年8月19日

乙方：
 单位名称（章）：
 法定代表人：
 经办人：

采购代理机构：
 单位名称（章）：常州青枫招标有限公司
 单位地址：常州市钟楼区博济新博智汇谷9栋207室（运河路198号）
 经办人：
 备案时间：2021年8月20日